

С.В. ГАРМАШ, старший викладач НТУ «ХПІ», Харків

ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ЕТОСУ ЯК ЧИННИКА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ В ЕКОНОМІЦІ ТА ПОКАЗНИКА ЕКОНОМІЧНОГО І СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

У статті надається увага формуванню підприємницького етосу в Україні, проводиться його аналіз як універсального феномену та розглядаються особливості його становлення на традиційному культурному ґрунті.

Ключові слова: підприємницький етос, соціокультурний феномен, універсальний феномен, культурний ґрунт, господарча діяльність.

Вступ

Підприємництво у всій багатоманітності проявів являє собою широке проблемне поле для досліджень.

Як звісно, підприємництво - це самостійна, ініціативна, на власний ризик і під свою майнову відповідальність діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою одержання прибутку, а також інших вигід, а розвиток підприємництва - це один із найпотужніших ресурсів зайнятості та доходів територій і населення при неспроможності держави забезпечити централізовану підтримку розвитку регіонів.

Термін “етос” (з грецької – звичай, характер) охоплює сукупність рис індивідуального характеру. До сучасної науки цей термін увійшов під назвою “етос науки”, завдяки соціологу Р. Мертону, який розумів його як систему норм, що забезпечує функціонування її як соціального інституту.

Україна – особливий випадок. Вона зазнала цілу низку сильних історико-культурних впливів. При цьому православ'я залишається одним з найсильніших культурних чинників формування особливої духовної атмосфери нашого суспільства, в якій складаються нові відносини та традиції, більше притаманні західному підприємницькому етосу. Наявність християнських традицій уже само по собі свідчить про здатність України сприймати систему цінностей західної цивілізації, зокрема підприємницької культури. Як країна християнської культури Україна – це простір нереалізованої господарської ініціативи та морально регламентованого підприємництва. Безумовно, потенційні можливості православ'я справді

великі, але щодо формування сучасної культури господарювання, вони залишаються лише потенційними можливостями.

Мета роботи – обґрунтування значення культурного підґрунтя у формуванні підприємницького етосу в Україні та його аналіз не як соціально-філософської проблеми та соціокультурного феномену, а як універсального феномену та особливостей його становлення на традиційному культурному ґрунті.

Завданням роботи є доведення вирішальної ролі, яку відіграє в економічному успіху України суспільна мораль, психологія, традиції, тобто все, “що об’єднується ємним словом “культура” [1].

Актуальність розгляду цієї проблеми полягає в теоретичному аналізі процесу становлення підприємницького етосу в нашій країні з урахуванням його практичного аспекту (труднощі та можливості розвитку цивілізованого підприємництва на вітчизняному соціокультурному ґрунті).

Аналіз літератури та досліджень

Володимир Лановий у серії своїх статей висвітлює проблеми українського бізнесу, а саме – можливість розвитку підприємництва в умовах злочинних тенденцій, характерних для вітчизняного бізнесу, та можливостей виходу з ситуації, яка склалася у країні; також відзначається творчий потенціал підприємництва. Оскільки, «без підприємницьких ідей та дій засоби виробництва і праця робітників сенсу не мають. Лише разом знаряддя праці, робоча сила й організаційні зусилля підприємців створюють вартість вироблених товарів і є частинами цієї вартості. Треба також додати землю і грошовий капітал, що беруть участь у створенні вартості. І це стосується будь-якої галузі чи виду діяльності – промисловості, торгівлі, транспорту, будівництва, комунікаційних, комунально-побутових, готельно-ресторанних, адвокатських чи ремонтних послуг тощо» [2].

Т. Журженко у роботі “Бізнесмен: користолобець, гравець або творець?” пропонує підхід до розгляду підприємницького етосу як до складного соціокультурного феномену, який поєднує етичний, ігровий та творчий аспекти. Головний висновок полягає в тому, що підприємницький етос виникає на основі жорстокої моральної, релігійної, культурної регламентації господарчої діяльності протягом тривалого культурно-історичного процесу шляхом релігійно-етичної реформації традиційних цінностей та норм.

Слід зазначити, що підприємницькі цінності універсальні і сприймаються різними культурами, але з різними рівнями проблематичності. Справа не стільки в культурно-релігійних традиціях, скільки у готовності до сприйняття їх ринкової модернізації. Сьогодні меркантилізація свідомості не

має нічого спільного з розвитком цивілізованого підприємництва та його системою цінностей. Необхідне розуміння того, що ринковим реформам потрібне фундаментальне культурне підґрунтя, а підприємництво базується не на людській жадобі та егоїзмі, а на їх обмеженні рамками етики та культури.

Особливий інтерес для нас має становлення українського підприємницького етосу, який багато в чому схожий з російським. Спільні проблеми тоталітарного минулого найбільше позначились на економіці. Слід зазначити, що історичні передумови розвитку підприємництва в Україні були складнішими: в умовах відсутності власної державності енергія нації здебільшого витрачалася на збереження національної самобутності. У XIX – XX століттях у національній свідомості підприємницькі цінності займали далеко не перше місце, бо особливо були болісними проблеми національного самовизначення та отримання власної державності. Тому практично відсутня будь-яка наукова традиція розглядання підприємницького етосу. Більше того, М. Жулинський зауважує, що деякі етапи еволюції національної культури та національної свідомості все ще залишаються відкритими і очікують об'єктивного вивчення, тому що за радянських часів як самостійний феномен, українська національна культура радянськими вченими комплексно не розглядалась [3].

До початку XX століття Україна залишалась здебільшого аграрним регіоном. Буржуазія не відігравала значної ролі у соціальному житті: “внутрішня торгівля, особливо ярмарки, була в руках у кіпців, а промисловість майже повністю належала іноземцям” [4]. Модернізація, що розпочалася в російській імперії, не оминула й Україну, особливо східні регіони. Але цей процес важко назвати українською модернізацією. Цінності, які визначали господарчу діяльність, практично не змінились у масштабах нації, тому говорити про український підприємницький етос можна тільки умовно. Такий традиціоналізм у господарчому житті українського народу пояснювався з різних позицій: відсутністю ініціативи та консерватизмом, а також притаманною українцям любов'ю до землі. У дійсності тут мали вплив не стільки причини культурно-релігійного, духовного плану, скільки соціально-економічні чинники. По-перше, українська нація не мала власної держави, яка б сприяла становленню національного підприємництва. По-друге, населення у містах здебільшого було не українським. Ремесла та торгівля були традиційно у руках представників інших національностей. Українські селяни були більше прив'язані до землі, ніж російські, які приходили до міст на заробітки. Населення промислових центрів України поповнювалось за рахунок більш досвідчених робітників з Росії.

Сьогодні одна з найбільш промислово розвинених республік колишнього Радянського Союзу Україна опинилась після проголошення незалежності у скрутному економічному становищі тому, що ідеали національного відродження та ідеали ринкової економіки впроваджують зовсім різні, протилежні за своїми орієнтирами, соціальні та політичні сили.

Проблема формування українського підприємницького етосу стосується перш за все політики. Цей процес затримується, а іноді й руйнується недосконалим законодавством, складною політичною ситуацією в країні, відсутністю гарантій приватному бізнесу з боку уряду, непродуманою і навіть некомпетентною економічною політикою.

Зрозуміло, що сучасна Україна достатньо різнорідна в етнічному та культурному відношеннях, що ускладнює проблему формування українського підприємницького етосу. Слобідський Україні притаманна культура переселенського типу. Суміш різних культур – сприятливе середовище для розвитку підприємництва. Для Західної України, навпаки, притаманне збереження національно-культурного укладу, традиційних норм і звичаїв життя. Підприємницький етос формується тут на іншому культурному підґрунті і, звичайно, матиме суттєву різницю зі східноукраїнським. Але останнім часом економічна криза в країні все більше штовхає працездатну частину населення шукати роботу за межами України (до 3 млн. українців працюють у Росії, сотні тисяч – у країнах Європи). Така ситуація не може сприяти становленню підприємницького етосу, більше того вона загрожує самій державності, про яку галасливо піклується більша частина вітчизняних політиків.

У будь-якому суспільстві, яке здійснює політичну та економічну модернізацію, відбувається “ринкова переробка” традиційних культурно-етичних цінностей. Європейський і північноамериканський шляхи становлення підприємницької культури за допомогою реформації християнства – шлях класичний та унікальний. Суспільство, яке крокує до вільної економіки, вибирає свій некласичний шлях, тому що цей шлях обирається свідомо [5].

Якщо в Європі становлення підприємницького етосу було спонтанним природно-історичним процесом, а християнство (протестантська етика за М. Вебером) було каталізатором нечуваних змін у Європі, то для країн, які розвивалися після цього, такий процес ставав справою свідомого вибору. Безумовно, свої культурні традиції не обирають, але можливо вибрати їх найбільше суміщення з західною системою цінностей. “Універсалізм підприємницького етосу полягає не в тому, що він чітко окреслений для будь-якого суспільства, яке обрало ринковий шлях розвитку, а в тому, що він

надає свободу інтерпретації національної традиції, дозволяє наповнити універсальні цінності (господарча ініціатива, розумне використання капіталу, гідне професійне підприємництво) своїм культурним змістом” [5].

Але коли суспільство звільняється від монополії однієї ідеології, воно стає ареною протистояння інших; теперішня ситуація в Україні не сприяє становленню підприємницького етосу. Сучасна внутрішня політика заідеологізована, в той час як суспільство потребує саме практичних дій щодо створення належних умов для “середнього класу” як гаранта стабільності й становлення громадянського суспільства. Представники середнього й малого бізнесу ще нетвердо стоять на ногах, але саме вони (та їхнє оточення) формують поступово ті правила гри, за якими буде відбуватися піднесення вітчизняної економіки, відродження культури, в тому числі й підприємницької. Отже, є нагальна потреба в тому, щоб держава, відчула її як найактуальнішу і створювала відповідні закони, економічні правила, податкові умови тощо з єдиною метою – дати можливість молодим підприємцям відчувати себе повноцінними господарями своєї долі, свого бізнесу. Тільки тоді підприємці в свою чергу будуть сприймати свою власну справу не тільки як особисто цінну, але й як потрібну державі. У цьому – запорука майбутніх взаємовідносин підприємця й держави як співробітницьких, на ґрунті взаємної довіри. Саме зароджуватимуться морально-етичні норми таких взаємовідносин, взірць яких не можна запозичити з країн розвиненої демократії. Їх можна поступово формувати, нарощувати спільними зусиллями держави та її громадян.

Висновки

Сучасний підприємницький етос виникає не як нова ідеологія, а як індивідуальний вибір. Духовна реформація, навіть якщо вона охоплює широкий шар суспільства, - це дуже індивідуальне явище. Зміна економічної системи, устрою господарювання відзначаються соціально-економічними законами. Але ставлення людини до своєї професійної діяльності, до праці та господарчої ініціативи безпосередньо відноситься до етичної сфери. І оскільки воно є духовним феноменом, то не підлягає жорсткому економічному детермінізму. Духовні процеси певною мірою самостійні, тому що людина, яка має свободу волі, готова до протистояння обставинам, долі, історичним умовам. На думку Т. Журженко, імпульси духовної реформації суспільства виникають звідусіль, особливо, що є для нас традиційним, від мистецтва, культури та літератури. Навіть моральна позиція окремої людини – його здатність протистояти жорсткій логіці, ідеологічній ангажованості має особливе значення [5].

Загальне пояснення багатьох наших провалів у господарській діяльності академік М. Шмелєв визначив у моралі. Він запропонував навіть таку формулу: “Погана мораль – погана економіка!” [1]. І з цим неможливо не погодитись. Тому що здебільшого вітчизняний бізнес є спекулятивною діяльністю, а не господарським новаторством.

Для того, щоб в результаті культурно-етичного перевороту сформувався сучасний підприємницький етос і господарча діяльність одержала моральну санкцію, в суспільстві повинно бути певне моральне напруження. Наслідками цього можуть бути не тільки релігійні та духовні пошуки, а й події, які мають безпосередньо політичний характер (розпад Радянського Союзу в 1991 р. або “помаранчева революція” 2004 р. в Україні). У таких випадках з хаосу очікується нова якість.

Список літератури: 1. *Коротич В.* Ведущий российский экономист Николай Шмелев. In: Бульвар 50/2002, с.8. 2. *Лановий В.* Український бізнес – афера століття. Підприємницькі прибутки як суспільне благо. // Тиждень № 36 (253) від 6 вересня 2012 року. 3. *Жулинський М.* Духовна енергія нації. Проблема створення цілісної концепції української культури. In: Українська культура 6/1991, с.2. 4. *Субтельний О.* Україна: історія. Київ 1991. 5. *Журженко Т.* Бизнесмен: стяжатель, игрок или творец? Основа, Харьков 1993.

Надійшла до редколегії 19.02.2013

УДК 658.316.752.4

Формування підприємницького етосу як чинника ефективного функціонування підприємницького сектору в економіці та показника економічного і соціального розвитку країни /С.В. Гармаш // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 21 (994) - С. 157-162. Бібліогр.: 5 назв.

В статье уделяется внимание формированию предпринимательского этоса в Украине, проводится его анализ как универсального феномена и рассматриваются особенности его становления на традиционной культурной почве.

Ключевые слова: предпринимательский этос, социокультурный феномен, универсальный феномен, культурная почва, хозяйственная деятельность.

In the article the main stress is paid to the forming of entrepreneurial ethos in Ukraine, it is analyzed as an universal phenomenon and its formation on the traditional cultural base is examined.

Key words: entrepreneurial ethos, social and cultural phenomenon, universal phenomenon, cultural base, economic activity.